

**EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU
DARI PERSPEKTIF MOTIVASI
(Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh:
ANISA NUR MAILINDA
NIM. 1423203090

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

**EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU DARI
PERSPEKTIF MOTIVASI
(Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)**

**Anisa Nur Mailinda
1423203090**

Email: anisamailinda7@gmail.com
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari'ah
IAIN Purwokerto

ABSTRAK

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih bertransaksi di pasar modern menyebabkan peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat mulai terpinggirkan. Daya beli yang rendah membuat sebagian pedagang Pasar Rempoah II hanya beroperasi pada hari minggu saja, yang ramai pengunjung. Oleh karena itu, perlu ditelusuri hal apa yang mendorong atau memotivasi pedagang dalam beroperasi dan bekerja selama ini. Karena, motivasi sangatlah penting. Dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Selain itu, motivasi juga bertujuan untuk mengefektifkan pengadaan karyawan dalam suatu organisasi/lembaga.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Melalui pendekatan metode deskriptif-kualitatif, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi pada pedagang Pasar Rempoah II. Sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Peran pasar tradisional pada pedagang Pasar Rempoah II sudah berjalan cukup efektif. Hal ini, diukur dengan enam indikator efektivitas yaitu indikator laba/penghasilan, kemangkiran, semangat kerja, motivasi, kepuasan, dan kepaduan-konflik konflik-kompak. Setelah dilakukan penelitian, secara keseluruhan peran pasar dapat dikatakan cukup efektif. Hanya saja, jika dilihat dari indikator kepuasan, peran pasar tradisional bagi pedagang Pasar Rempoah II kurang efektif.

Kata Kunci: *Efektivitas, Pasar Tradisional, Motivasi.*

**THE EFFECTIVENESS OF THE TRADITIONAL MARKET ROLE
IS VIEWED FROM THE PERSPECTIVE OF MOTIVATION
(Case Study on merchant the Rempoah II Market)**

**Anisa Nur Mailinda
1423203090**

Email: anisamailinda7@gmail.com
Faculty of Economics and Business Islam Majoring in Sharia Economics
IAIN Purwokerto

ABSTRACT

Traditional markets are a meeting place for sellers and buyers as well as marked by direct transactions and there is usually a bargaining process. Changes in lifestyle of people who prefer to transact in the modern market led to the role of traditional markets in community life began marginalized. Low purchasing power makes some merchants of Rempoah II market just operate on Sundays only, that many of visitors. Therefore, it should be explored what the motivated merchants to operate and work during this time. Because motivation is very important. With this motivation is expected every individual employees willing to work hard and enthusiastic to achieve high productivity. In addition, motivation also aims to make effective the procurement of employees in organization/institution.

The type of this research is a field research. With the qualitative descriptive method approach, this research to find out how the effectiveness of traditional market role is viewed from the perspective of motivation at Rempoah II market merchants. While the method of data collection in this research through observation, interviews, and documentation.

The traditional market role of Rempoah II market merchants has been running enough effectively. This is measured by six indicators of effectiveness, there are indicators of profit/income, absence, spirit at work, motivation, satisfaction, and cohesiveness-conflict compact-conflict. After the research, the overall role of the market can be said quite effective. But, when viewed from the indicator of satisfaction, the role of traditional markets at the merchants of Rempoah II market is less effective.

Keywords: *Effectiveness, Traditional Market, Motivation.*

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka	9
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Konsep Efektivitas	15
1. Pengertian Efektivitas	15
2. Ukuran-Ukuran Efektivitas	17
B. Konsep Pasar Tradisional	20
1. Pengertian Pasar.....	21
2. Pasar Tradisional	22
3. Peran Pasar Tradisional	24
C. Motivasi	25

1. Pengertian Motivasi.....	25
2. Teori-Teori Motivasi	26
3. Asas-asas, Alat-alat dan Jenis-Jenis Motivasi.....	32
4. Metode-metode Motivasi	33
D. landasan Teologis.....	33
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	37
B. Jenis dan Sumber Data	38
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
D. Subjek dan Objek Penelitian	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	41
BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Pasar Rempoah II	45
1. Letak Geografis dan Gambaran Pasar Rempoah II	45
2. Sejarah Berdirinya Pasar Rempoah II.....	46
3. Kepengurusan Pasar Rempoah II.....	47
4. Kedudukan, Tugas Pokok Susunan Organisasi	49
5. Karakteristik Informan Pedagang Pasar Rempoah II.....	50
B. Peran Pasar Rempoah II.....	51
C. Efektivitas Peran Pasar Tradisional Ditinjau Dari Perspektif Motivasi (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II).....	54
D. Motivasi Perspektif Islam	67
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar tradisional adalah pasar yang tumbuh dan berkembang di masyarakat dengan pedagangnya sebagian besar adalah orang pribumi. Menurut Feriyanto (2006) pasar tradisional tersebut sebagian besar muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan serta konsumen yang membutuhkan barang-barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Pasar tersebut mempunyai beberapa fungsi yang positif bagi peningkatan perekonomian daerah yaitu: pertama, pasar sebagai pusat pengembangan ekonomi rakyat. Kedua, pasar sebagai sumber retribusi daerah. Ketiga, pasar sebagai tempat pertukaran barang. Keempat, pasar sebagai pusat perputaran uang daerah. Kelima, pasar sebagai lapangan pekerjaan.¹

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Bangunan pasar biasanya terdiri atas kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang disediakan penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar ini kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari, seperti bahan-bahan makanan ikaan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional umumnya barang lokal dan dari segi kualitas tidak ada penyortiran yang ketat.²

Pasar merupakan salah satu tempat kegiatan perekonomian yang ada di masyarakat. Dalam hal ini, peran pasar tidak hanya sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli semata dalam memenuhi

¹ Emiliana Sadilah, dkk, *Eksistensi Pasar Tradisional*, (Yogyakarta: BPSNT, 2011), hlm. 24.

² Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 62.

kebutuhan hidupnya, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional di ruang lingkup masyarakat. Jadi, jelas di sini bahwa pasar mempunyai peranan yang sangat penting dalam sistem ekonomi.

Permasalahan yang sering dijumpai dalam pasar tradisional dapat dilihat dari aspek pengelolaan pasar dan kondisi lingkungannya. Menurut Febrianty (2013), manajemen pasar tradisional yang ada tidak mampu mengantisipasi perubahan yang terjadi di masyarakat dimana masyarakat menginginkan pasar yang nyaman, aman, dan bersih. Manajemen pengelolaan pasar yang tidak teratur serta infrastruktur yang tidak tertata merupakan salah satu penyebab utama dari kalahnya pasar tradisional bersaing dengan pasar modern.³

Menurut hasil survei yang dilakukan AC. Nielsen jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 1,7 juta unit atau 73 persen dari keseluruhan pasar yang ada. Namun, laju pertumbuhan pasar modern ternyata jauh lebih tinggi daripada pasar tradisional. Diantara pasar-pasar tersebut ada yang mempunyai spesifikasi barang dagangan yang sama dengan pasar-pasar modern. Keadaan ini menjadikan pasar tradisional semakin terpuruk. Pasar-pasar modern tersebut telah menggeser peran pasar-pasar tradisional sebagai penyedia kebutuhan masyarakat kota.⁴

Saat ini hampir setiap kota besar di Indonesia mengalami perkembangan serupa berkaitan dengan pertumbuhan pasar modern dan semi modern yang menjadi pesaing bagi pasar tradisional. Pasar tradisional secara berangsur-angsur mengalami penyusutan sehingga berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi. Penyusutan

³ I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni, Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran sanur*, Vol. XIII No. 1 : 18 – 26, Juli 2017.

⁴ Sumintarsih, dkk, *Eksistensi Pasar Tradisional, Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*, (Yogyakarta: BPSNT Yogyakarta, 2011), hlm. 2.

terjadi karena berubahnya preferensi masyarakat berbelanja dari pasar tradisional ke pasar semimodern dan modern.

Perkembangan pasar modern yang begitu pesat memberikan dampak yang secara langsung maupun tidak langsung terhadap pasar tradisional selaku pemain lama dalam industri ritel nasional. Kondisi pasar tradisional lebih identik dengan kumuh/becek, semrawut, bau dan sebagainya menambah keterpurukan pasar tersebut. Harga yang murah saja tidak menjadi jaminan bagi pasar tradisional untuk dapat kembali merebut pangsa pasarnya yang sudah hilang, karena dibalik itu ada pasar modern yang mampu menawarkan harga yang sama bahkan lebih murah dari pasar tradisional. Pelanggan dalam berbelanja akan cenderung beralih dari pasar tradisional ke pasar modern, apabila pasar tradisional tidak segera memperkuat posisinya untuk meningkatkan daya saingnya.⁵

Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih bertransaksi di pasar modern menyebabkan peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat mulai terpinggirkan. Teknologi yang digunakan juga menjadi faktor pembeda, dimana pasar tradisional tanpa menggunakan teknologi modern yang bertolak belakang dengan pasar modern. Akibat persaingan bebas antara pasar modern dan pasar tradisional menurut Susilo (2012) adalah pasar tradisional yang kalah karena beberapa keunggulan yang ada pada pasar modern seperti bisa menjual produk dengan harga yang lebih murah, kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan cara pembayaran.⁶

Pola belanja masyarakat yang berubah ke preferensi pasar modern membuat daya beli pasar tradisional berkurang. Demikian pula yang

⁵ Hendra Fure, Jurnal *EMBA* 27. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Vol. 1. No. 3. Tahun 2013.

⁶ Made Santana Putra Adiyadnya dan Nyoman Djinar Setiawina, Jurnal *Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Analisis Tingkat Efektivitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin*, Vol. 4 No. 4, Tahun 2015.

terjadi di pasar Rempoah II. Pasar ini merupakan pasar harian, namun dalam operasionalnya, pasar Rempoah II ini seperti pasar krempyeng yang mana para pedagangnya beroperasi sebentar, kemudian pasar pun bubar. Daya beli yang rendah membuat para pedagang Pasar Tradisional Rempoah II khawatir. Bahkan sebagian dari mereka hanya beroperasi pada hari minggu saja, yang ramai pengunjung. Akan tetapi, ada juga pedagang-pedagang yang tetap bertahan untuk beroperasi setiap hari, meskipun pengunjungnya tidak seramai di hari minggu.⁷

Dari kesepuluh pedagang yang diwawancarai pada saat observasi pendahuluan, mereka mengeluhkan daya beli yang rendah. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pendapatan pedagang mingguan yang lebih besar dibandingkan dengan pendapatan pedagang harian, seperti yang tercantum di dalam lampiran data informan pada karakteristik pedagang Pasar Rempoah II. Rata-rata pendapatan kotor pedagang harian hanya berkisar 150.000-250.000 per hari. Sedangkan pendapatan kotor pedagang mingguan rata-rata berkisar 400.000 sampai 500.000 per hari. Sehingga menyebabkan sebagian besar pedagang lebih memilih berdagang di hari minggu.

Perbedaan operasi dagang dikarenakan pengunjung pasar di hari minggu jauh lebih ramai dibandingkan dengan hari-hari biasa. Sehingga omset atau pendapatan pedagang lebih besar di hari minggu dibandingkan dengan hari-hari biasa. Akan tetapi, berbeda dengan sebagian pedagang lainnya yang tetap bertahan untuk beroperasi setiap hari. Hal ini menunjukkan semangat kerja yang berbeda antara pedagang harian dan pedagang mingguan, sehingga perlu adanya motivasi. Berikut data jumlah pedagang harian dan mingguan di Pasar Rempoah II.

⁷ Wawancara dengan Bu Nuriyah, salah satu pedagang Pasar Tradisional Rempoah II, pada Minggu 25 Juni 2017 pukul 07.00.

Tabel 1. Jumlah Pedagang Harian dan Mingguan

NO	Keterangan	Jumlah
1.	Pedagang Harian	100
2.	Pedagang Mingguan	110
	Jumlah	210

Sumber Data: Wawancara dengan Pak Syarif (Salah satu pengurus pasar Rempoah II).

Pemberian motivasi merupakan sesuatu yang mutlak diperlukan dalam kegiatan menjalankan usaha, dan bentuknya bermacam-macam tidak terbatas pada imbalan materi semata. Motivasi secara sederhana adalah faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu ke arah tujuan yang akan dicapainya. Robbins (1996) mengartikannya sebagai kemauan untuk meningkatkan upaya ke arah pencapaian tujuan organisasi dengan syarat hasil upaya tadi akan memuaskan sebagian kebutuhan individu. Tujuan bermula dari adanya kebutuhan/keinginan ini dapat dijadikan sebagai pembangkit motivasi.⁸

Motivasi penting karena dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Tingkah laku seseorang dipengaruhi serta dirangsang oleh keinginan, kebutuhan, tujuan dan kepuasannya. Rangsangan timbul baik dari diri sendiri (internal) dan dari luar (eksternal=lingkungan)-nya. Rangsangan ini akan menciptakan “motif dan motivasi” yang mendorong orang bekerja (beraktivitas) untuk memperoleh kebutuhan dan kepuasan dari hasil kerjanya.⁹

Motivasi menduduki peranan penting dalam diri setiap individu, sebab dapat menimbulkan perilaku-perilaku yang mencerminkan kerja

⁸ Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 181.

⁹ Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hlm. 93-95.

keras dan kinerja tinggi terutama dalam organisasi. Berbagai pengertian yang muncul menggambarkan bahwa motivasi pada intinya merupakan suatu kekuatan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu. Kekuatan tersebut dapat terbentuk atau dihasilkan oleh sesuatu yang sifatnya dari dalam seseorang maupun dari luar individu itu. Dengan adanya motivasi, seseorang akan melakukan sesuatu yang menjadi tujuannya dengan penuh kegigihan, keseriusan dan kerja keras.¹⁰

Motivasi wirausahawan muslim bersifat vertikal dan horizontal. Secara horizontal terlihat pada dorongannya untuk mengembangkan potensi dirinya dan keinginannya untuk selalu mencari manfaat sebesar mungkin bagi orang lain. Sementara secara vertikal dimaksudkan untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT. Motivasi disini berfungsi sebagai pendorong, penentu arah dan penetapan skala prioritas. Rasulullah SAW menyebutkan bahwa nilai suatu pekerjaan dilihat dari kualitas niatnya sendiri (al-hadis). Orang harus bekerja untuk kebahagiaan dirinya sendiri dan keluarganya serta untuk orang lain.¹¹

Motivasi dapat diartikan mengusahakan supaya seseorang dapat menyelesaikan pekerjaan dengan semangat karena ia ingin melaksanakannya. Manusia memiliki motivasi yang berbeda, tergantung dari banyak faktor seperti kepribadian, ambisi, pendidikan dan usia. Motivasi diri sendiri timbul dari keinginan yang mendalam untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, apapun halangan yang harus dihadapinya. Pemikiran dan tindakan yang positif, bersama dengan keinginan yang keras yang melekat pada arah tujuan suatu tindakan, juga merupakan faktor-faktor motivasi.

Di dalam pendekatan untuk memenuhi kebutuhan, terdapat suatu usaha untuk memberikan perhatian terhadap kebutuhan manusiawi dan memberi kepuasan melalui kondisi-kondisi kerja. Perhatian tersebut

¹⁰Fathul Aminudin Aziz, *Manajamen dalam Perspektif Islam*, (Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012), hlm. 67.

¹¹Lantip Susilowati, *Bisnis Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Teras, 2013), hlm. 130.

tidak ditujukan kepada kebutuhan manusiawi, akan tetapi kepada kepuasan yang diperjuangkan oleh mereka. Manusia selalu mempunyai kebutuhan; apabila suatu kebutuhan sudah terpenuhi, timbul yang lain lagi sebagai penggantinya. Akibatnya, manusia terus mencari jalan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pada pendekatan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka cara dan suasana kerja ditetapkan mengikuti keterampilan kerja pegawai supaya ada keseimbangan antara kepuasan dan kebutuhan, serta hubungan antar anggota kelompok dan pekerjaannya. Tujuannya ialah membangkitkan suatu kemauan untuk mengerjakan tugas, sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan memberi kepuasan kepada yang bersangkutan dan perusahaan.¹²

Setiap kemampuan anggota mempengaruhi efektivitas kinerja awak secara berbeda bergantung pada tingkat kemampuan dua anggota yang lain. Anggota yang berkemampuan tinggi tampaknya mencapai lebih banyak dalam kombinasi dengan dua anggota lain yang berkemampuan tinggi daripada dalam kombinasi dengan anggota kemampuan rendah.¹³ Sebuah kerja tim tidak benar-benar efektif jika ia berhasil menyelesaikan pekerjaan namun merusak dirinya sendiri selama dalam proses atau menimbulkan habisnya kekuatan fisik, emosi maupun motivasi dari setiap orang.¹⁴ Begitu juga dengan pasar, efektivitas pasar dipengaruhi oleh kemampuan pedagang dalam menjalankan usaha dagangnya tanpa menimbulkan habisnya kekuatan fisik, emosi, maupun motivasi para pedagang. Oleh karenanya, motivasi pedagang sangatlah penting bagi keberlangsungan pasar atau efektivitas pasar.

¹² George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, terj. J. Smith. DFM, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 130-131

¹³ Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi*, terj. Erly Suandy, edisi 5, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), hlm. 85.

¹⁴ Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi . . .*, hlm. 112.

Berdasarkan penjabaran diatas maka penyusun bermaksud melakukan penelitian dengan judul:

“ EFEKTIVITAS PERAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF MOTIVASI (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II)”.

B. Definisi Operasional

1. Efektivitas adalah suatu kegiatan dari faktor pencapaian tujuan, yang memandang bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan bersama bukan pencapaian tujuan pribadi.¹⁵ Etizoni mengemukakan pendekatan pengukuran efektivitas organisasi mencakup empat kriteria, yaitu kriteria adaptasi, kriteria integrasi, kriteria motivasi anggota, dan kriteria produksi.¹⁶
2. Motivasi berasal dari kata latin “*movere*” yang berarti dorongan atau daya penggerak. Menurut Drs. Malayu S.P. Hasibuan, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Sedangkan menurut Harold Koontz, *motivation refers to the drive and effort to statisfy a want or goal*. Motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan atau suatu tujuan.¹⁷
3. Pedagang adalah setiap orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan menawarkan dan menjual barang dan/jasa di Pasar.¹⁸

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menghadirkan rumusan masalah: Bagaimana Efektivitas Peran Pasar Tradisional

¹⁵ Patrianisya Devi dkk, Jurnal Agro Ekonomi, *Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*, VOL. 26/ NO. 2, Desember 2015.

¹⁶ Waluyo, *Manajemen Publik (Konsep, Aplikasi dan Implementasinya Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*, (Bandung: Mandar Maju, 2007), hlm. 84.

¹⁷ Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*, hlm. 95.

¹⁸ Peraturan Desa Rempoah Nomor 02 Tahun 2015.

Ditinjau Dari Perspektif Motivasi Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Rempoah II?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian diadakan dengan tujuan untuk Mengetahui efektivitas Peran Pasar Tradisional ditinjau dari perpektif motivasi studi kasus pada pedagang Pasar Rempoah II.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara teori, bahwa penelitian ini diharapkan:

- 1) Dapat menambah wawasan untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan.
- 2) Dapat mengetahui bagaimana efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi studi kasus pada pedagang Pasar Rempoah II.

b. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bentuk kontribusi yang positif dan referensi sebagai:

- 1) Bahan pertimbangan dan koreksi bagi Pasar Rempoah II ini dalam hal peningkatan peran maupun manajemen pengelolaan pasar.
- 2) Koreksi bagi pedagang pasar Rempoah II untuk meningkatkan semangat dan kualitas kerjanya.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis melakukan telaah pustaka dari beberapa kajian penelitian yang relevan baik berupa hasil penelitian, buku-buku, maupun jurnal ilmiah, sebagaimana tersebut di bawah ini.

Dalam buku Efektivitas Organisasi karya Richard M. Steers, berpandangan bahwa efektivitas akan dapat dicapai dengan ikhtiar melebur motivasi dan tujuan perseorangan dengan sasaran organisasi

menjadi satu.¹⁹ Sedangkan Mulyasa (2003) meninjau efektivitas adalah suatu kegiatan dari faktor pencapaian tujuan, yang memandang bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan bersama bukan pencapaian tujuan pribadi.²⁰ Sementara itu, setelah menelaah beberapa penelitian, penyusun menemukan ada sejumlah karya yang meneliti tentang efektivitas, diantaranya antara lain:

Penelitian Patrianisya Devi, Harsoyo, Subejo dengan judul, “*Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*”. Penelitian ini menjelaskan tentang keefektifan lembaga pasar, yang diukur dengan 3 komponen yaitu output lembaga, fleksibilitas lembaga, serta ada tidaknya ketegangan dalam lembaga. Yang membedakannya adalah lembaga yang diteliti keefektifannya. Dalam hal ini penelitian diarahkankan pada lembaga pasar lelang.

Penelitian Hanny Purnamasari, Eka Yulyana, Rachmat Ramdani dengan judul “*Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang*”. Penelitian ini menjelaskan tentang efektivitas suatu lembaga. Yang membedakan disini adalah fokus penelitiannya yaitu efektivitas pengelolaan pada Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) berbasis ekonomi kerakyatan, yang diukur melalui 3 ukuran, yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi.

Penelitian Nur Asma dengan judul “*Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa’baeng-Baeng di Kota Makassar*”. Penelitian ini menjelaskan tentang efektivitas. Yang membedakan adalah fokus penelitian ini terletak pada efektivitas suatu program, yaitu efektivitas revitalisasi pasar tradisional. Ukuran yang dipakai dalam mengukur

¹⁹ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi*, terj. Magdalena Jamin, (Jakarta: LPPM&Erlangga, 1984), hlm. 19.

²⁰ Patrianisya Devi dkk, *Jurnal Agro Ekonomi, Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*, VOL. 26/ NO. 2, Desember 2015.

efektivitas disini yaitu jumlah hasil yang dikeluarkan, tingkat kepuasan yang diperoleh, produk kre-atif dan intensitas yang akan dicapai.

Penelitian Yosua T. Panggulu dengan judul *“Efektivitas Kebijakan Retribusi Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Talaud”*. Penelitian ini menjelaskan tentang efektivitas, yang lebih membedakan yaitu terletak pada lingkup efektivitasnya. Dalam hal ini, penelitian difokuskan pada efektivitas kebijakan retribusi pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Talaud. Ukuran efektivitas yang dipakai dalam penelitian ini yaitu responsivitas, pengembangan, dan kecukupan.

Penelitian I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni dengan judul *“Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur”*. Penelitian ini menjelaskan tentang analisis efektivitas, yang membedakan hanya pada fokus pembahasan yang lebih kepada efektivitas program revitalisasi pasar. Analisis efektivitas yang dipakai yaitu dari segi *input*, proses, dan *output* progra revitalisasi pasar.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Patrianisya Devi, dkk. (2015)	Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Berisi tentang bagaimana tingkat keefektifan lembaga pasar lelang cabai merah di Kecamatan Panjatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keefektifan lembaga pasar lelang cabai merah.	Memiliki tujuan yang sama yaitu meneliti keefektifan dari suatu lembaga pasar.	Memiliki perbedaan pada lembaga yang diteliti keefektifannya, yaitu pasar lelang.

<p>Hanny Purnamasari, dkk. (2016)</p>	<p>Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbumbu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang. Berisi tentang bagaimana pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi dalam efektivitas Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) di Desa Warungbumbu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang.</p>	<p>Memiliki tujuan yang sama yaitu meneliti tentang efektivitas suatu lembaga/org anisasi.</p>	<p>Memfokuskan penelitian pada efektif atau tidaknya pengelolaan Badan Usaha Milik Desa, melalui 3 ukuran, yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi.</p>
<p>Nur Asma (2016)</p>	<p>Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar. Berisi tentang bagaimana efektivitas revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar.</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang efektivitas.</p>	<p>Meneliti efektivitas dari adanya Revitalisasi Pasar Tradisional.</p>
<p>Yosua T. Panggulu (2013)</p>	<p>Efektivitas Kebijakan Retribusi Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Talaud. Berisi tentang bagaimana efektivitas kebijakan retribusi pelayanan pasar pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan dan</p>	<p>Memiliki tujuan penelitian yang sama yaitu meneliti efektivitas.</p>	<p>Meneliti efektivitas dari kebijakan retribusi, melauai 3 aspek, yaitu responsivitas, pengembangan, dan kecukupan.</p>

	Pertamanan di Kabupaten Kepulauan Taulud.		
I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni (2017)	Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. Berisi tentang bagaimana tingkat efektivitas dari segi <i>input</i> , proses dan <i>output</i> program revitalisasi pasar pada Pasar Desa Adat Intaran Sanur.	Sama-sama bertujuan meneliti efektivitas.	Bertujuan meneliti efektivitas pelaksanaan dari suatu program revitalisasi dengan 3 ukuran <i>input</i> , proses, dan <i>output</i> .

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam penulisan skripsi ini, penyusun membagi skripsi ini menjadi tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini memuat tentang pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, transliterasi dan daftar isi.

Bagian isi dari skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana gambaran dari tiap bab dapat penyusun paparkan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah tujuan dan manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

Bab kedua, merupakan landasan teori tentang bagaimana teori motivasi dan efektivitas serta tentang pasar tradisional.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang berisi tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan penyusun dalam penulisan ini.

Bab keempat merupakan pembahasan hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan serta penemuan-penemuan di lapangan yang kemudian dikomparasikan dengan apa yang selama ini ada dalam teori. Yang kemudian data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan hasil data yang valid dari penelitian yang dilakukan pada Pasar Rempoah II.

Bab kelima, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penulisan yang dilakukan penyusun serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan. Kemudian pada bagian akhir penyusun mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Efektivitas peran pasar tradisional ditinjau dari perspektif motivasi pada Pedagang Pasar Rempoah II, Maka dapat disimpulkan bahwa peran pasar tradisional sudah cukup efektif, meskipun pedagang pasar Rempoah II terdiri dari pedagang harian dan mingguan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengukuran efektivitas melalui 6 indikator, yaitu indikator laba/penghasilan, Kemangkiran, Semangat Kerja, Motivasi, Kepuasan, dan Kepaduan-konflik konflik kompak. Pada Indikator laba/penghasilan, pedagang menyatakan cukup puas atas laba/penghasilan yang diperoleh. Mereka merasa laba/penghasilannya sudah cukup memenuhi kebutuhannya sehari-hari, setelah dikurangi biaya-biaya atau kewajiban yang harus dipenuhi. Pada indikator kemangkiran, peran pasar tradisional dapat dikatakan cukup efektif. Hal ini dikarenakan frekuensi para pedagang untuk bolos kerja jarang sekali terjadi.

Sedangkan dilihat dari indikator semangat kerja, peran pasar dapat dikatakan cukup efektif. Para pedagang masih bersemangat dan bertahan di Pasar Rempoah II, meskipun daya beli tertinggi hanya di hari minggu. Pada indikator motivasi, peran pasar disini dapat dikatakan cukup efektif. Karena, setiap dari mereka cukup memiliki perasaan bersedia dan rela bekerja guna mencapai tujuan masing-masing dalam berdagang selama ini. Pada indikator kepuasan, peran pasar juga dapat dikatakan kurang efektif. Hal ini dikarenakan adanya keluhan-keluhan sebagian besar pedagang yang merasa kurang puas dengan pengelolaan pasar, terutama dari sisi penyediaan fasilitas yang dibutuhkan pedagang. Pada indikator Kepaduan-konflik konflik kompak, peran pasar tradisional selama ini sudah berjalan efektif. Hal ini ditunjukkan dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang baik antar pedagang pasar Rempoah II.

B. Saran

Peran pemerintah desa Rempoah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa melalui pasar tradisional desa Rempoah II sudah berjalan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengelolaan pasar yang terstruktur cukup baik, sehingga pedagang merasa cukup puas atas pengelolanya selama ini. Selain itu, hasil pengelolaan pasar yang cukup baik juga menjadikan pasar Rempoah II mampu mencapai target pendapatan retribusi yang sudah ditetapkan. Dan target tersebut dapat terealisasi dengan adanya peran pedagang selama ini. Akan tetapi, disisi lain kurang luasnya lahan pasar membuat banyaknya pedagang belum mendapat tempat atau lapak, sehingga mereka berdagang di pinggiran pasar atau di beberapa bagian lahan yang bisa dimanfaatkan untuk membuka lapak seadanya. Oleh karena itu, peningkatan peran pasar dalam hal pengelolaan, pelayanan, dan penyediaan fasilitas pasar perlu ditingkatkan lagi.

Adapun saran-saran lain yang bisa diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Pemerintah Desa Rempoah agar lebih meningkatkan perhatiannya terkait penanganan pedagang yang belum mendapat tempat atau lapak karena keterbatasan lahan.
2. Pengelola pasar untuk lebih meningkatkan perannya dalam memberikan fasilitas, kebijakan, dan pelayanannya terhadap pedagang dan saling mengkomunikasikan keorganisasian pasar Rempoah II, sehingga antara pedagang dengan pengorganisasian pasar bisa saling mengenal dan menyatu. Selain itu, pengadaan sosialisasi terkait pasar Rempoah II lebih baik sering dilakukan melalui paguyuban yang ada di dalam pasar.
3. Bagi Kepala Pasar agar sering-sering mengawasi pasar untuk lebih dekat dengan pedagang, sehingga bisa lebih memahami keluhan dan kebutuhan pedagang. Selain itu, semua pedagang pun jadi tau dan mengenal siapa kepala pasar dan pergantian-pergantian kepengurusannya.

4. Bagi pedagang agar meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen atau pembeli, terutama terkait keramahannya dalam melayani pembeli yang datang.
5. Bagi masyarakat khususnya yang berada di sekitar pasar harus ikut berpartisipasi dalam meramaikan pasar dengan berbelanja di Pasar Rempoah II, agar kedepannya pasar ini bisa menjadi lebih maju dan berkembang dari sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- . 2000. *Manajemen Penelitian Edisi Baru*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Ashshofa, Burhan. 1998. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aviati, Yuniar. 2015. *Kompetisi Kewirausahaan; Teori, Pengukuran, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajamen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Organisasi & Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- H. Idri. 2015. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana.
- Jusmaliani. 2014. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki. 2005. *Perilaku Organisasi*, terj. Erly Suandy, edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- M. Steers, Richard. 1984. *Efektivitas Organisasi*, terj. Magdalena Jamin. Jakarta: LPPM&Erlangga.
- Osborne, David dan Ted Gaebler. 1996. *Mewirauahakan Birokrasi*, terj. Abdul Rosyid. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo
- R. Terry, George. 1993. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, terj. J. Smith. DFM. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sadilah, Emiliana dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional*. Yogyakarta: BPSNT.
- Siagian, Sondang P. 1995. *Teori Motivasi Dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- . 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung:Refika Aditama.

- Soejono dan Abdurrohman. 1997. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subkhi, Akhmad & Mohammad Jauhar. 2013. *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumintarsih, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional, Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*. Yogyakarta: BPSNT Yogyakarta.
- Suryabrata, Sumadi . 1990. *Metodologi Penelitian*, Cet V. Jakarta: Rajawali.
- Susilowati, Lantip. 2013. *Bisnis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Teras.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, ed. 2. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Umar, Husein. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis* edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Waluyo. 2007. *Manajemen Publik (Konsep, Aplikasi dan Implementasinya Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*. Bandung: Mandar Maju.
- Peraturan Desa Rempoah Nomor 02 Tahun 2015.
- . . No. 7 Tahun 2015.
- Anom Arimbawa, I Gusti Ngurah Agung dan A. A. I. N Marhaeni. Juli 2017. *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran sanur*. Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Vol. XIII No. 1 : 18 – 26.
- Asma, Nur. Juli 2016. *Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar*. Jurnal Ilmu Pemerintahan. Volume 9. No. 2 : 103-110.
- Devi, Patrianisya dkk. Desember 2015. *Keefektifan Lembaga Pasar Lelang Cabai Merah Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*. Jurnal Agro Ekonomi. VOL. 26/ NO. 2.
- Fure, Hendra. 2013. *“Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, Jurnal EMBA 27. Vol. 1, No. 3.

- Masitoh, Eis Al. Maret 2013. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*. Jurnal PMI. Vol. X. No. 2.
- Panggulu, Yosua T. 2013. *Efektivitas Kebijakan Retribusi Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kebersihan Dan Pertamanan Di Kabupaten Kepulauan Taulud*. Journal Volume II. No. 4.
- Purnamasari, Hanny dkk. 2016. “*Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Desa Warungbambu Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang*”, Jurnal Politikom Indonesiana. Vol. 1, No. 2.
- Putra Adiyadnya, Made Santana dan Nyoman Djinar Setiawina. 2015. *Analisis Tingkat Efektivitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Vol. 4 No. 4.
- Wawancara dengan Bu Nuriyah, salah satu pedagang Pasar Tradisional Rempoah II, pada Minggu 25 Juni 2017 pukul 07.00.
- Wawancara dengan Bapak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II, Sabtu 26 Mei 2018 pukul 16.00.
- Wawancara dengan bu Tarwen, bu Tinah, dan bu Yuni, selaku pembeli di Pasar Rempoah II, 1 Juli 2018 pukul 07.20.
- Wawancara dengan Bapak Supriyadi, Kepala Pasar Rempoah II 2018, 3 Juli 2018 pukul 14.25.
- Wawancara dengan pedagang di Pasar Rempoah II, 27 Mei 2018 pukul 07.00.
- Wawancara dengan Bu Lupi, selaku Pengelola Administrasi Pasar Tradisional Rempoah II, Rabu 30 Mei 2018 pukul 09.00.
- Wawancara dengan bapak Supriyadi selaku kepala Pasar Rempoah II periode 2018, 26 Mei 2018, pukul 16.00.
- Wawancara dengan pedagang harian pasar Rempoah II, Selasa 29 Mei 2018, pukul 07.15.
- Wawancara dengan pedagang mingguan pasar Rempoah II, 3 Juni 2018 pukul 07.20.